

Залегдинова Айгуль Рустамовна

**КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ  
В ДИСКУРСИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ТОК-ШОУ  
(НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)**

Специальность 10.02.20 – сравнительно-историческое,  
типологическое и сопоставительное языкознание

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Казань – 2013

Работа выполнена на кафедре теории литературы и компаративистики федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Научный руководитель доктор филологических наук, профессор кафедры современного русского языка и методики преподавания ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»  
**Андрамонова Наталия Алексеевна**

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой английской филологии ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»  
**Арсентьева Елена Фридриховна**

кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка ГОУ ВПО «Чувашский государственный университет им. И.Н.Ульянова»  
**Чуева Эльвира Витальевна**

Ведущая организация ГОУ ВПО «Казанский государственный энергетический университет»

Защита состоится 24 июня 2013 года в 10 часов на заседании диссертационного совета Д 212.081.05 при ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет» по адресу 420021, г. Казань, ул. Татарстан, д. 2.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет».

Электронная версия автореферата размещена на официальном сайте ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет». Режим доступа: <http://www.kpfu.ru>.

Автореферат разослан 23 мая 2013 года.

Ученый секретарь  
диссертационного совета,  
кандидат филологических наук,  
доцент



Т.Ю.Виноградова

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Данная диссертационная работа является сопоставительным исследованием коммуникативных стратегий и тактик в политическом дискурсе, представленном на российском и американском телевидении.

Глобальные изменения в современном информационном пространстве, развитие новых медиа-жанров, а также разнообразие способов и вариаций их вербализации выдвигают на передний план проблемы масс-медиальной коммуникации.

Как отмечает Г.Г.Почепцов, теория коммуникации в значительной степени формируется разнообразными прикладными областями, где коммуникативное воздействие играет определяющую роль. «Только с помощью эффективно проведенной коммуникации в современном обществе осуществляется все больше и больше событий. Общество стало более зависимым от коммуникации. Ни в одном столетии не развивалось столько разнообразных дисциплин, связанных с воздействием человека на человека» [Почепцов 2001].

Вербальное воздействие является основной целью коммуникации в политическом дискурсе, передаваемом с помощью телевизионного канала общения. При этом целеустановка влияния на собеседника связана с необходимостью речевого планирования, а также умением пользоваться определенным набором коммуникативных стратегий и тактик, которые вербализуются с помощью языковых техник.

Одним из самых значимых исследований в области коммуникативных стратегий является работа Т.А. ван Дейка “Strategies of Discourse Comprehension” [Dijk, Kihitsch 1983], в которой выделяются и описываются когнитивные, речевые, грамматические и дискурсивные стратегии, реализуемые в соответствии с коммуникативными целями и установками говорящего.

Полное и систематическое описание речевых тактик было предпринято Е.М.Верещагиным и В.Г.Костомаровым [Верещагин, Костомаров 1990, 1991, 1992, 2005]. Также можно отметить комплексность работ О.С.Иссерс [Иссерс 1997 а, 1997 б, 1999, 2008]. Отдельные аспекты изучения коммуникативных стратегий и тактик представлены в исследованиях на русском [Паршина 2005, Фролова 2007 и др.] и английском [Калинин 2009, Климинская 2010 и др.] языках.

Е.М.Верещагиным подчеркивается значимость сопоставительных исследований рече-поведенческих тактик. Данный исследовательский аспект был охвачен ученым в статье «Речевые тактики «призыва к откровенности», написанной в соавторстве с Р.Ратмайром и Р.Ройтером [Верещагин, Ратмайр, Ройтер 1992: 82 – 93]. Необходимо также отметить, что в этой сфере имеют место и некоторые диссертационные работы [Самарина 2006, Фирстова 2008]. Тем не менее данный вектор научных исследований коммуникативных стратегий и тактик оказывается наименее изученным.

**Актуальность** настоящего исследования обусловлена возрастающим интересом к изучению взаимодействия языка и культуры, усилением межкультурных контактов, необходимостью понимания аксиологических и речеповеденческих особенностей коммуникации в различных социумах. В связи с этим настоящая диссертационная работа направлена на сопоставительное изучение функционирования коммуникативных стратегий и тактик в русскоязычном и англоязычном общественно-политическом дискуссионном ток-шоу.

**Объектом изучения** служит дискурс общественно-политического дискуссионного ток-шоу (ПДТ), который включает в себя такую разновидность, как политические дебаты.

**Предметом исследования** являются коммуникативные стратегии и тактики в аспекте их назначения и вербализации в русскоязычных и англоязычных общественно-политических дискуссионных ток-шоу.

**Цель** данной работы заключается в выявлении особенностей функционирования и оформления стратегий и тактик вербального воздействия в общественно-политическом дискуссионном ток-шоу на русском языке и американском варианте английского языка.

Обозначенная цель предполагает решение следующих исследовательских задач:

- изучить лексико-синтаксическую и стилистическую специфику оформления основных тактик общественно-политического дискуссионного ток-шоу на русском языке и американском варианте английского языка;
- рассмотреть аналогичное и неаналогичное в вербализации вспомогательных тактик анализируемого дискурса на различных языковых уровнях;
- установить лингвокультурологические особенности функционирования рассматриваемых коммуникативных тактик в исследуемом дискурсе на российском и американском телевидении;
- выявить семантическую вариативность вербализации коммуникативных тактик в ПДТ;
- уточнить и дополнить классификацию коммуникативных тактик, представленных в устном политическом дискурсе.

**Материалом исследования** послужили выпуски шести ток-шоу «Поединок» на телеканале Россия 1 (8 часов непрерывной записи), а также пять записей дебатов на пост Президента США в 2008 и в 2012 годах (8 часов непрерывной записи).

В качестве **методов исследования** использовались дескриптивный и контрастно-сопоставительный, а также контент-анализ фактологического материала, метод статистической обработки экспериментальных данных, элементы полевой методики.

**Научная новизна исследования** состоит в приоритетном осуществлении комплексного многомерного изучения коммуникативных стратегий и тактик

общественно-политического дискуссионного ток-шоу и выявлении их сходств и различий на ментальном, этнокультурном и языковом уровнях.

**Теоретической базой исследования** являются труды в области:

- политического дискурса [Tannen 1987, VanDijk 2001, Барт 1994, Водак 1998, Баранов, Казакевич 1991, Почепцов 1994, Шейгал 2000, 2004, Дементьев 2000, Чудинов 2001 и др.] и речевого воздействия [Lakoff 1982, Haslett 1987, Morley 1987, Блакар 1987, Киселева 1978, Дейк, Кинч 1988 и др.];
- коммуникативных стратегий и тактик [French 1953, Parsons 1963, Marwell and Schmitt 1967, Miller, Booster, Roloff and Seibold 1977, Schenck-Hamlin, Wiseman and Georgacarakos 1982, Dijk, Kintsch 1983, Дейк 1989, 2000, Верещагин, Костомаров 1990, 1991, 1992, 2005, Иссерс 2008 и др.];
- сопоставительного языкознания [Смирницкий 1970, Ярцева 1981 и др.];
- речевой деятельности и диалога [Винокур 1989, Гак 1970, Лаптева 1976, 2007, Кибрик 1991, Борисова 1996 и др.].

**Теоретическая значимость** исследования определяется тем, что:

- внесен определенный вклад в развитие классификаций коммуникативных стратегий и тактик, применяемых в политическом дискурсе, передаваемом с помощью телевизионного канала общения;
- предложена методика интегративного анализа коммуникативных стратегий и тактик в устном политическом дискурсе;
- выявлена лексико-синтаксическая и стилистическая специфика оформления коммуникативных тактик устного политического дискурса на русском и английском языках;
- установлены лингвокультурологические особенности речи российской и американской политической элиты.

**Практическая ценность** данной работы заключается в возможности применения полученных выводов для разработки детальной типологии коммуникативных стратегий и тактик, применяемых в политической речи в целом. Работа может быть использована в дальнейших исследованиях в области речевого воздействия, служить практико-теоретическим материалом в спецкурсах, посвященных современному политическому дискурсу, в том числе по проблемам вербальной манипуляции. Результаты данного исследования, носящего междисциплинарный характер, могут послужить основой таких учебных курсов, как «Коммуникативные стратегии и тактики ведения спора» и «Персуазивный дискурс на телевидении» для студентов, обучающихся по гуманитарным специальностям (в области филологии, политологии, журналистики, связям с общественностью и т.д.).

**Основные положения, выносимые на защиту:**

- Набор коммуникативных стратегий и тактик общественно-политического дискуссионного ток-шоу на русском языке и американском варианте английского языка совпадает, различия проявляются в способах вербализации отдельных тактик;

– В реализации стратегии дискредитации политическими акторами на американском телевидении чаще используются тактики обвинения и разоблачения, российскими политиками в большей степени употребляется тактика насмешки;

– В языковом оформлении стратегии защиты в американском англоязычном устном политическом дискурсе преобладают эксплицитные тактики (прямое несогласие с обвинением), тогда как русскоязычному общественно-политическому дискуссионному ток-шоу свойственны манипулятивные защитные тактики (обозначение виновного и контробвинение);

– Стратегия убеждения в устном политическом дискурсе, представленном в изучаемых языках, базируется на аргументах к здравому смыслу, выгоде, безопасности, авторитетному лицу, общественному мнению и опыту;

– Российские и американские политические акторы с помощью вспомогательных стратегий решают идентичные имиджевые задачи (обозначить проблему и ее решение, построить имидж компетентного профессионала, указать на положительные поступки, дела и заслуги);

– Вспомогательная диалого-структурирующая стратегия, реализуемая ведущим, в русскоязычном общественно-политическом дискуссионном ток-шоу оформляется посредством более категоричных и прямых высказываний, в то время как американскому англоязычному устному политическому дискурсу свойственны смягченные конструкции и различные формы вежливости.

**Апробация результатов исследования и их внедрение.** Основные положения и результаты исследования отражены в докладах на международных, всероссийских и республиканских конференциях: Казань (2009 – 2013), Челябинск (2012), Штутгарт, Германия (2013). Диссертационная работа прошла апробацию на заседании кафедры теории литературы и компаративистики Казанского (Приволжского) федерального университета от 8.10.2012. По теме диссертации опубликовано 7 печатных работ, в том числе 1 в издании, рекомендованном ВАК РФ.

**Структура работы.** Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

## СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность исследуемой темы, анализируется степень ее научной разработанности, определены цель и задачи, предмет и объект исследования, научная новизна, практическая и теоретическая значимость диссертации, сформулированы основные положения, выносимые на защиту, а также указаны методы обработки изучаемого материала.

**Первая глава «Теоретические предпосылки исследования»** посвящена обзору основных аспектов изучения общественно-политического ток-шоу, а также трудов в области вербального воздействия, коммуникативных стратегий и тактик.

В *первом* параграфе «Общественно-политическое дискуссионное ток-шоу» рассматриваются исследования в области телевизионного политического дискурса, а также определяется специфика коммуникативного события ток-шоу.

В основе общественно-политического ток-шоу лежит политический дискурс, который в свою очередь базируется на языке политики.

Политический язык понимается как особая подсистема национального языка, предназначенная для политической коммуникации: для пропаганды тех или иных идей, эмотивного воздействия на граждан страны и побуждения их к политическим действиям, для выработки общественного консенсуса, принятия и обоснования социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе [Чудинов 2001].

О ключевой роли языка в политическом дискурсе говорит американский исследователь Р.Блакар. По мнению ученого, в политической риторике выбор слов и выражений является важнейшим «инструментом» власти и структурирования действительности [Блакар 1987].

Дискурс можно назвать политическим, когда он сопровождает политический акт в политической обстановке [Van Dijk 2001]. Различные исследователи выделяют такие критерии, характеризующие политический дискурс, как оценочность, агрессивность, высокая персуазивность, которые направлены на формирование отрицательного отношения к политическим оппонентам, на навязывание определенных ценностей и оценок.

Телевизионный дискурс (ТД), в свою очередь, является каналом, определяющим коммуникативную среду, стиль и жанр речевого поведения, статусно-ролевые и ситуативно-коммуникативные характеристики общения.

ТД как современная форма коммуникации отражается во всем многообразии телевизионных жанров. Из всех жанров телевизионного дискурса ток-шоу (ТШ), на наш взгляд, является одним из наименее изученных.

Словарь Longman дает довольно узкое определение ТШ: «телевизионное или радио шоу, где люди рассказывают о своей жизни и которым задаются вопросы» (“a television or radio show on which people talk about their lives and are asked questions”) [Longman 2006]. В русскоязычных толковых словарях отсутствуют дефиниции ток-шоу, что обусловлено новизной данного понятия в русском языке. Российские исследователи телевизионных жанров Н.В.Вакурова и Л.И.Московкин характеризуют ТШ как разговорный жанр, современный аналог теледискуссии, заимствованный в связи с возможностью прямого эфира, адресованный «не всем, но каждому» [Вакурова, Московкин 1997: 36].

В аспекте жанрового изучения ток-шоу следует различать понятия коммуникативное событие и коммуникативная ситуация [Борисова 2009]. ТШ как коммуникативное событие может быть выражено теми или иными моделями условий коммуникативной деятельности, то есть различными коммуникативными ситуациями (спор оппонентов, интервью с известным гостем, беседа с приглашенными участниками-экспертами на актуальную для общества тему и т.д.).

Так, коммуникативная ситуация общественно-политического ток-шоу – это дискуссия оппонентов с противоположными точками зрения, которая имеет место и в такой разновидности ПДТ, как теледебаты.

Специфика ПДТ определяет такие задачи оппонентов (политических акторов), как отстоять свою точку зрения и сформировать положительный имидж, в свою очередь основные задачи ведущего заключаются в контроле над темой и контроле над инициативой.

В параграфе *«Понятие о коммуникативных стратегиях и тактиках и их типология»* рассматриваются основные труды в области изучения коммуникативных стратегий и тактик.

Исследование коммуникативных стратегий и тактик является одним из аспектов теории речевого воздействия. В большинстве случаев под речевым воздействием понимают речевое общение, рассматриваемое в аспекте его целенаправленности и мотивационной обусловленности. Любой акт общения мотивирован целью, которая в дальнейшем регулирует деятельность собеседника [Haslett 1987, Morley 1987, Блакар 1987, Киселева 1978, Речевое воздействие 1990 и др.].

Лексическое значение слова «стратегия» основано на понятии о планировании («стратегия – искусство планирования какой-л. деятельности (экономической, научной и т.п.) на длительную перспективу [ТСлРЯ]). Под стратегией могут пониматься определенные когнитивные операции, связанные с восприятием дискурса, то есть стратегии понимания и интерпретации смысла [Дейк, Кинч 1988]. В качестве основы понимания стратегии в данной работе принимается представление Т.А. ван Дейка о «глобальном речевом акте» (общем намерении, макроречевом акте) [Дейк 2000: 36].

В развитии исследований в области коммуникативных тактик значимыми являются труды Е.М.Верещагина и В.Г.Костомарова, в которых изучаются речеповеденческие тактики (РПТ).

Понятие «рече-поведенческая тактика» обозначается Е.М.Верещагиным как «однородная по интенции и реализации линия поведения коммуниканта, входящая в его усилия ради достижения стратегического перлокутивного эффекта» [Верещагин, Костомаров 2005: 525].

Концепция РПТактик развивается авторами на протяжении длительного времени. В развернутом виде данное явление и инструментарий его анализа впервые описаны ими в статье [Верещагин, Костомаров 1988: 54 – 61] и затем в монографии [Верещагин, Костомаров 1990: 218 – 226]. Методом РПТактик были проанализированы рече-поведенческие ситуации утешения [Верещагин, Костомаров 1990: 218 – 223], советования [Верещагин, Костомаров 1990: 228 – 230], угрозы [Верещагин 1990: 26 – 32], призыва к откровенности [Верещагин 1991: 32 – 43], в том числе в сопоставительном аспекте [Верещагин, Ратмайр, Ройтер 1992: 82 – 93]. На материале художественной литературы ими



рассматривается также и рече-поведенческая тактика извинения [Верещагин, Костомаров 1990: 136 – 140].

В работе О.С.Иссерс речевые стратегии делятся на *основные* (семантические, когнитивные) и *вспомогательные*. В качестве основных выделяются стратегии, являющиеся наиболее значимыми с точки зрения иерархии мотивов и целей, а также связанные с воздействием на модель мира, систему ценностей, установки и поведение адресата.

Среди основных стратегий исследователь уделяет существенное внимание стратегии дискредитации, которая определяется целью подорвать доверие, вызвать сомнение в положительных качествах кого-либо. К тактикам, с помощью которых может реализовываться дискредитация, О.С.Иссерс относит издевку, обвинение и оскорбление. Она также выделяет отдельные коммуникативные ходы, с помощью которых могут реализовываться приведенные тактики.

Вспомогательные стратегии способствуют оптимизации диалогового общения и воздействия на адресата. К данному типу стратегий О.С.Иссерс относит прагматические, риторические и диалоговые.

Прагматические речевые стратегии служат оптимизации интенций говорящего, то есть созданию определенных условий, при которых адресат лучше и быстрее воспримет посыл адресанта. В рамках данной стратегии О.С.Иссерс выделяет построение имиджа (самопрезентация) и формирование эмоционального настроения. Диалоговые стратегии применяются в соответствии с задачами контроля над организацией диалога и реализуются посредством тактик контроля над темой и контроля над инициативой [Иссерс 2008].

В диссертационном исследовании мы учитываем взаимосвязь между теорией речевых актов (ТРА) Дж.Серля [Серль 1986, Остин 1986] и исследованиями в области коммуникативных стратегий и тактик. Так, мы обращаем внимание на такой аспект ТРА, как прямые и косвенные речевые акты и средства их выражения.

Нами рассмотрен целый ряд работ, посвященных речевой манипуляции, среди которых необходимо отметить исследования Э.Шостром [Шостром 1992], Е.И.Доценко [Доценко 1997], В.И.Карасика [Карасик 2002], Е.И.Шейгал [Шейгал 2004], А.Н.Баранова [Баранов 2010] и др.

Манипуляция по своей сути является проявлением не прямой коммуникации и имплицитности. Вербальная манипуляция может быть выявлена только на основе дополнительного анализа значения выражений, входящих в высказывание. По мнению А.Н.Баранова, иллокутивная составляющая скрытых утверждений практически исчезает, а компонент смысла «вербально передаваемая кому-либо информация» замещается компонентом «подразумеваемая информация» [Баранов 2010].

В связи с этим уместно говорить о факторе манипулятивности, который может проявляться в рамках различных коммуникативных стратегий и тактик вербального воздействия: при дискредитации, защите, аргументативном убеждении

и агитации, так как говорящий для достижения конкретной цели может включать манипуляцию в подготовку и проведение основного акта речевого воздействия.

Во второй главе «*Основные семантические стратегии (Main Semantic Strategies) общественно-политического дискуссионного ток-шоу*» проводится сопоставительный анализ основных стратегий и тактик ПДТ на русском языке и американском варианте английского языка, выявляются лексико-синтаксические и стилистические особенности оформления тактик, а также их лингвокультурологическая специфика.

В нашей работе мы опираемся на типологию стратегий и тактик, предложенную О.С.Иссерс. Как и в типологии О.С.Иссерс, вся парадигма коммуникативных стратегий делится нами на основные и вспомогательные. Однако используемая нами классификация является расширенной, в нее вводятся такие уровни, как субстратегии и субтакты.

В диссертации нами не рассматривается динамика коммуникативных ходов на тех или иных этапах диалога, однако мы выделяем различные семантические варианты тактик, которые регулярно встречаются при их реализации.

В данной главе характеризуются основные стратегии изучаемого дискурса, среди которых были выделены вербальное нападение (дискредитация), вербальная защита, аргументативное убеждение и агитация.

**Стратегия вербального нападения, или дискредитации** (Strategy of Defamation) была выделена в монографии Д.Уолтона и обозначалась им как аргумент к личности (argumentum ad hominem) [Уолтон 2002], то есть, по сути, исследователь изучал негативное воздействие на адресата путем указания на слабые стороны не его аргументации, а его личности. Согласно определению, дискредитировать – подрывать доверие к кому-либо, чему-либо, умалять чей-либо авторитет, значение [ТСлРЯ]. В рамках данной стратегии нами были рассмотрены следующие тактики: 1) обвинение и разоблачение; 2) насмешка и оскорбление.

**Тактика обвинения** (Tactic of Accusation) делится нами на *прямое (Direct Accusation)* и *непрямое (Indirect Accusation)* обвинение. Прямое обвинение выражается с помощью речевых актов утверждения отрицательного или отрицания положительного в качествах (состояниях), действиях или суждениях адресата. Данный тип обвинения в изучаемых языках формируется двусоставными предложениями, в которых акцент делается на глагольное или именное сказуемое, основанное на негативизации, однако возможно формирование отрицательного мнения и с помощью второстепенных членов предложения.

В русском языке и американском варианте английского языка в абсолютном большинстве случаев прямое обвинение оформляется посредством глаголов в прошедшем или настоящем времени. В русскоязычном политическом дискурсе данная тактика строится на основе более категоричных высказываний (он обманывал), а в англоязычном с помощью смягченных конструкций (he didn't tell the truth). Прямое обвинение чаще реализуется в англоязычном материале (соотношение 1,43:1).

При оформлении прямого обвинения возможны следующие семантические варианты, представленные нами схематически:

1) «субъект совершает негативное действие» (S + NA): *Марат Гельман: Я считаю что Чаплин хочет в президенты // То есть он подставляет церковь //*

2) «субъект совершает действие, направленное в сторону негатива» (S + (A => N)): *Obama: Governor Romney said we should let Detroit go bankrupt //*

3) «действия субъекта приводят к негативу» (S + A => N): *Александр Никонов: Тысячу лет / вы воспитывали народ / и довоспитывались до того / что он вас вешать начал / в семнадцатом году //*

4) «субъекту свойственен негатив» (S + NST): *Дмитрий Rogozin: Нам еще войну никто не объявил / да / а вы уже ручки кверху //*

5) «субъект не совершил какого-либо положительного действия» (S не совершил PA): *McCain: Senator Obama is the chairperson of a committee / that overlooks NATO / that's in Afghanistan // To this day / he has never had a hearing //*

(где S (subject) – субъект, являющийся адресатом обвинения, N (negative) – негатив, P (positive) – позитив), NA (negative action) – негативное действие, NST (negative state) – негативное состояние, PA (positive action) – позитивное действие)

При этом для американского англоязычного устного политического дискурса более характерным является семантический вариант S + (A => N), а для русскоязычного – S + NA.

В отличие от прямого, не прямое обвинение как тактика, выражаемая с помощью приемов не прямой коммуникации, не формируется по явным схемам, в которых указывается на то, что объект обвинения совершил какое-либо негативное действие или его действия привели к негативной ситуации. При не прямом обвинении вина может обозначаться гипотетически (по мнению субъекта/третьего лица/множества лиц): *Марат Гельман: Ваши слова всем обществом были восприняты / как некая индульгенция / вот этому / насильнику //*, в форме риторического вопроса: *Romney: How in the world the president said no to that pipeline // I will never know //*, а также с помощью различных косвенных речевых актов: *Ольга Зиновьева: Поинтересовались бы тем / чем мы занимаемся / Геннадий Андреевич //* (упрек – обвинение). Не прямое обвинение, на наш взгляд, является манипулятивной тактикой, которая в большей степени свойственна американскому англоязычному устному политическому дискурсу, нежели русскоязычному (соотношение 1,26:1).

**Тактика разоблачения** (Tactic of Disclosure) представлена в данной работе субтактиками указания на: 1) связь с негативом, 2) обман (умолчание, нечестность, неискренность).

**Субтактика указания на связь с негативом** (Revealing of Negative Links) применяется в случае, если адресат не является причиной какого-либо негативного явления, но негатив связан с ним лично или его позицией. Данная субтактика может оформляться с помощью следующих семантических вариантов: «субъект является частью чего-либо негативного»: *Антон Беляков: Ваша команда /*

*повторяю / сегодня / это люди / вышедшие из «Единой России» / люди которые связаны с олигархами / люди которые сами являются мультимиллиардерами // и «субъект связан с чем-либо негативным»: Romney: what's happened in / with some of the legislation / that's been passed during the president's term / you've seen regulation become excessive / and it's hurt the / it's hurt the economy //*

**Субтактика указания на обман (умолчание, нечестность, неискренность)** (Revealing of Lie) отличается от тактики обвинения в обмане тем, что при разоблачении факт обмана (умолчания правды, нечестных действий) только подозревается адресантом, так как следует из определенных явлений, событий, происходящих вокруг адресата. Таким образом, это предположение, а не уверенность адресанта в том, что вероятен обман. *Геннадий Зюганов: Путин говорит все будет хорошо / цены не будут расти / а говорят уже на пятнадцать процентов увеличим расценки на газ / и поедет все вверх вверх и вверх //*

Данная субтактика в английском и русском языках в значительном числе случаев базируется на семантическом поле «ОБМАН» в русском и “LIE” в английском языках. Субтактика указания на обман также реализуется с помощью семантических вариантов «субъект не сдержал обещание» (в 50% англоязычных примеров, в 10% русскоязычных примеров), «субъект что-то умалчивает» (в 33% англоязычных примеров, в 10% русскоязычных примеров).

В **тактиках насмешки** (Tactic of Scoff) и **оскорбления** (Tactic of Insult) проявляются различные степени негативной оценки умственных, моральных, физических или иных качеств адресата. В случае оскорбления негатив эксплицитен (явная дискредитация), а в случае насмешки – имплицитен (скрытая дискредитация). Оскорбление: 1. *Владимир Жириновский: Все это / кремлевские холуи / выкормыши // Вы выходите на Болотную площадь и там молчите //*. Насмешка: 2. *Михаил Прохоров: Нет // Владимир Вольфович / реальный // Он создал лучший / семейный политический бизнес // И сейчас за Вами / целая / последователи / семья Гудковых / семья Дмитриевых / они все хотят сместить бедного Миронова / чтоб стать Жириновским / представляете //* 3) *McCain: Free trade / with Colombia / is something that's a no-brainer // But maybe you ought to travel down there / and visit them / and maybe you could understand it a lot better //*

Как показал исследуемый материал, в русском языке существует целый ряд стилистических приемов оформления тактики насмешки, которые не свойственны английскому языку (встречаются крайне редко). В частности, нами были выделены приемы риторического вопроса (7% русскоязычных примеров), негативного сравнения (4%) и литоты (4%). Примеры использования приема метафоризации (в русскоязычном материале 21%, в англоязычном 6,25% от общего числа примеров реализации данной тактики) в большей степени характерны русскоязычному политическому дискурсу. При этом в англоязычном материале преобладают случаи использования приема переносного значения (18,75% от общего количества примеров реализации тактики, для сравнения в русскоязычном материале – 10%).

Тактика насмешки значительно чаще используется в русскоязычном материале (соотношение 4,18:1), что может свидетельствовать о том, что российский политический дискурс в большей степени ориентирован на высмеивание оппонента, в то время как в американском дискурсе чаще применяется тактика обвинения, подкрепленная различными типами аргументации.

**Стратегия вербальной защиты** (Strategy of Defense) является по своей сути перлокутивным эффектом стратегии нападения. Адресат может промолчать или полностью согласиться с адресантом, а может использовать определенные защитные семантические варианты, чтобы предохранить себя от последствий вербального нападения, а также ответить «агрессору» контробвинением.

В рамках стратегии защиты в данной исследовательской работе были выделены такие тактики, как: несогласие с обвинением, оправдание, обозначение виновного и контробвинение.

**Тактики несогласия с обвинением** (Tactic of Disagreement with Accusation) и **оправдания** (Tactic of Justification) можно различать по степени признания вины. Если при несогласии с обвинением адресат полностью не признает свою виновность, то тактика оправдания содержит элемент признания вины. 1. <нападение> Владимир Соловьев: *Но там опять используют в бирже / тех же самых бритоголовых* // <защита> Сергей Митрохин: *Нет / нет / нет // Извините / это будет электронная площадка / при официальном органе* // (несогласие с обвинением). 2. <нападение> Владимир Соловьев: *Так же как они спасли захваченных наших дипломатов в Ираке // Сильно они помогли // Тела помогли вернуть на Родину* // <защита> Марк Урнов: *Как смогли так помогли* // (оправдание).

В русскоязычном материале при реализации тактики оправдания наиболее частотным является семантический вариант «я согласен, но»: <нападение> Владимир Соловьев: *А народ кричит «неправда»* // <защита> Эксперт 7: *По отдельным позициям / действительно выросла / где был дефицит сырья // Это молоко / и гречка // Выросли цены // Но опять же выросли они не так / как выросла закупка* //. В англоязычных примерах преобладает семантический вариант «субъект совершил/совершает/совершит позитивное действие» (S + PA), в котором отсутствует указание на степень признания вины (адресат не выражает ни согласия с обвинением, ни отрицания), а указывается лишь на то, что совершено (совершается или будет совершено) определенное положительное действие: <нападение> Romney: *Number three / it puts in place an unelected board / that's going to tell people ultimately / what kind of treatments they can have // I don't like that idea* // <защита> Obama: *When Governor Romney talks about this board / for example / unelected board that we've created / what this is / is / a group of health care experts / doctors / et cetera / to figure out how can we / reduce / the cost of care in the system* //.

Такая эксплицитная тактика, как несогласие с обвинением, чаще реализуется в американском англоязычном устном политическом дискурсе.

В **тактиках обозначения виновного** (Tactic of Designation of the Guilty) и **контробвинения** (Tactic of Reverse Accusation) степень признания вины адресатом установить невозможно, так как данные тактики являются имплицитными и имеют манипулятивный характер. *Обозначение виновного*: <нападение> Владимир Жириновский: *Монополия находится в Москве / че не побеждает Артемьев //* <защита> Сергей Митрохин: *У нас монополия на власть в стране //* У нас монополия на власть // *Контробвинение*: <нападение> McCain: *Meanwhile / they were getting all kinds of money in campaign contributions //* Senator Obama / *was the second highest recipient / of Fannie Mae and Freddie Mac money / in history / in history //* <защита> Obama: *I / never / promoted Fannie Mae //* In fact / Senator McCain's campaign / chairman's / firm / was a lobbyist on behalf of Fannie Mae / not me //

Данные манипулятивные тактики в большей степени характерны для русскоязычного общественно-политического дискуссионного ток-шоу. В частности, обозначение виновного применялось в соотношении 2:1, а контробвинение – 1,8:1.

**Стратегия убеждения** (Strategy of Persuasion) представлена аргументативной и агитационной субстратегиями.

Среди тактик, посредством которых реализуется **субстратегия аргументативного убеждения** (Sub-strategy of Argumentation), мы вводим такие, как аргумент к: 1) здравому смыслу; 2) выгоде; 3) безопасности; 4) авторитету; 5) общественному мнению; 6) собственному опыту.

**Тактика аргумента к здравому смыслу** (Tactic of Appealing to Common Sense) базируется на категории «(не)разумно / (не)рационально» / “(un)reasonable / (ir)rational”, и регулярно реализуется в рамках семантического поля «РАЗУМ» в русском и “MIND” в английском языках, вербализуемого на лексико-фразеологическом уровне, а также с помощью логико-семантических констант. Дмитрий Rogozin: *Мы / в этой ситуации / вдруг / ведем себя совершенно неадекватно //* То есть мы / на самом деле ищем всякие приключения / да / после которых нас на самом деле будет меньше / и мы будем еще слабее //

В ходе исследования нами было выявлено, что тактика аргумента к здравому смыслу использовалась участниками общественно-политического ток-шоу на русском и английском языках практически в равнозначном соотношении (1:1,1 соответственно), что может свидетельствовать о том, что обращение к категории рациональности, логичности и адекватности свойственно американскому и российскому политическим дискурсам в равной мере.

**Тактика аргумента к выгоде** (Tactic of Appealing to Benefit) основывается на категории «выгода/потеря» (“benefit/loss”). Как нам представляется, данная тактика регулярно реализуется в рамках семантического поля «ВЫГОДА» в русском и “BENEFIT” в английском языках. Romney: *But what we don't need / is to have the president keeping us from taking advantage / of oil / coal / and gas //*

Исследуемая тактика в абсолютном большинстве случаев в русском языке и американском варианте английского языка оформляется с помощью глаголов

будущего времени. Данная тактика была представлена преимущественно в англоязычном материале (соотношение 6:1), что может свидетельствовать о том, что обращение к категории выгоды в значительно большей степени свойственно американскому политическому дискурсу.

**Тактика аргумента к безопасности** (Tactic of Appealing to Safety) базируется на категориях «опасность» / «безопасность» (“Danger” / “Safety”). При реализации тактики адресант указывает на наличие какой-либо опасности (риска, угрозы), выражаемой лексемами, которые можно объединить в семантическое поле «ОПАСНОСТЬ» в русском и “DANGER” в английском языках. *Obama: And the biggest threat / that we face right now / is not a nuclear missile / coming over the skies // It's in a suitcase //*

Данная тактика как в русском, так и в английском языках опирается на три основных семантических варианта: 1) «риск (опасность, угроза) заключается в...»; 2) «определенное действие может привести к риску (опасности, угрозе)»; 3) «если (пока) не будет выполнено определенное действие, будет присутствовать риск (опасность, угроза)». При этом в англоязычном материале нами было встречено вдвое больше примеров реализации тактики аргумента к безопасности (соотношение 2:1), что может свидетельствовать о большей значимости категории безопасности в американском устном политическом дискурсе.

**Субстратегия агитации** (Sub-Strategy of Campaign Activity) наряду с аргументативным убеждением является основной семантической стратегией политического дискурса, а в частности в такой разновидности общественно-политического дискуссионного ток-шоу, как теледебаты. В отличие от аргументативного убеждения, которое строится на основе различных аргументов к реально возможному позитиву или негативу (пользе/вреде, выгоде/невыгодности, безопасности/рisku), субстратегия агитации, представленная тактиками апелляции к патриотизму, призыва и обещания, апеллирует к неким абстрактным возможностям или ценностям (величию и процветанию страны, спокойствию и достатку народа и др.).

**Тактика обещания** (Tactic of Election Pledge) в данном типе дискурса представляет собой политическое обещание, которое дается политиком с целью расположить к себе потенциальный электорат. Обещание может быть прямым и косвенным. Второй тип обещания предоставляет адресанту в случае невозможности выполнения обязательства различные пути вербального «отступления», данную тактику можно назвать проявлением манипулятивности в политическом дискурсе. 1. *Михаил Прохоров: Я войны не допущу //* (прямое обещание, в котором присутствует указание на субъект, который должен выполнить обещание). 2. *Владимир Жириновский: Ржаной / овсянка там / кукуруза / все это будет / все / все / литр а не девятьсот грамм //* (косвенное обещание, в котором отсутствует указание на субъект).

В русском и английском языках обещание формируется только с помощью глаголов в будущем времени, при этом в абсолютном большинстве случаев прямое

обещание содержит указание на субъект в I лице единственного или множественного числа. В английском языке, который относится к аналитическому типу, невозможно выражение прямого обещания с помощью односоставных определенно-личных предложений, ввиду отсутствия в данном языке личных форм глагола.

**Тактика апелляции к патриотизму** (Tactic of Appealing to Patriotism) как агитационная тактика представляет собой обращение к чувствам аудитории по отношению к своей родине (стране, городу, месту жительства и др.). *McCain: we've got to get through these times / but I have a fundamental belief in the United States of America and I still believe / under the right leadership our best days are ahead of us //*

При анализе фактологического материала политических дебатов на русском языке и американском варианте английского языка большее количество примеров использования тактики апелляции к патриотизму было встречено в англоязычном материале (соотношение 3:1), что может свидетельствовать о такой лингвокультурологической особенности, как существенная роль категории патриотизма в американском устном политическом дискурсе.

**Тактика призыва** (Tactic of Political Appeal) является одной из основных в предвыборном дискурсе, целью которой является призыв аудитории (потенциального электората) к определенным действиям (отдать свой голос в пользу того или иного кандидата, объединиться во имя общей идеи, цели и т.д.). *McCain: And I'm asking the American people / to give me another opportunity / and I'll rest on my record //*

Основным средством выражения призыва в русском языке и американском варианте английского языка являются глаголы повелительного наклонения (в абсолютном большинстве примеров – это вспомогательный глагол *давайте* и лексемы с модальным значением *нужно, надо* в русском языке и *let's, have got to* в английском). Призыв может быть выражен как эксплицитно, так и имплицитно. При этом в американском политическом дискурсе имплицитные формы призыва, близкие по форме к речевому жанру политического слогана, встречаются чаще, чем в российском.

Обобщая анализ, проведенный во второй главе, необходимо отметить, что изученные нами основные стратегии и тактики вербального нападения, защиты и убеждения позволили выделить лексико-синтаксические, стилистические и лингвокультурологические особенности их оформления в изучаемых языках.

Так, русскоязычный устный политический дискурс характеризуется как более образный и экспрессивный, в то время как речь американской политической элиты представляется достаточно сдержанной и прагматичной.

При этом русскоязычный материал содержит значительное количество случаев использования сниженной лексики. Нами был встречен 161 пример вербализации тактик с помощью подобных лексем в русском языке («не врете», «с потрохами турнули», «вышибить», «сиганет», «разруха», «из-под полы»,



«умыкнул» и др.) и 27 в английском (“mess” (бардак), “loose nukes” (бесхозные боеголовки), “spew nonsense” (нести чушь), “take a hike” (слинять), “cockamamie idea” (бредовая идея) и др.).

Достаточно существенный пласт тактик, применяемых в общественно-политическом дискуссионном ток-шоу на русском и американском варианте английского языка, позволил нам выделить значительное разнообразие метафор и иных стилистических средств, характеризующих политическую речь как высоко метафоричную.

В сравнении с американским, русскоязычный устный политический дискурс характеризуется более частотным использованием метафор (134 примера в рус. яз. – «корабль современности», «убивать аргументацию», «профсоюз бюрократов», «дыра в бюджете», «коверный политик», «военная машина» и др., 78 – в англ. яз. – “muddle through”, “orgy of spending”, “behind closed doors”, “safe havens”, “fabric of democracy” и др.), фразеологических единиц (97 в рус. яз. – «стоять на пороге войны», «в пух и прах», «приложить руку» и др., и 56 в англ. яз. – “wipe off the map”, “fool with”, “hard to swallow” и др.), риторических вопросов (108 в рус. яз. и 22 в англ. яз.), сравнений (19 в рус. яз. и 2 в англ. яз.).

При этом в американском общественно-политическом дискуссионном ток-шоу чаще использовался такой стилистический прием, как повтор (117 примеров в англ. яз., 94 – в рус. яз.).

Такой стилистический прием, как литота не является характерным для англоязычного материала, напротив, в русскоязычном политическом дискурсе обнаружено 16 подобных примеров.

В третьей главе *«Вспомогательные стратегии (Auxiliary Strategies) общественно-политического дискуссионного ток-шоу»* выделяются стратегии, способствующие оптимизации диалогового общения и воздействия на адресата, которые могут применяться как ведущим ток-шоу, так и его участниками.

**Прагматическая стратегия** (Pragmatic Strategy) включает две субстратегии: построения имиджа (самопрезентации) и формирования эмоционального настроения. Диалого-структурирующая стратегия, представленная субстратегиями контроля над темой и контроля над инициативой, является основой коммуникативного блока ведущего.

**Субстратегия построения имиджа** (Image-Building Sub-strategy) была отнесена нами к прагматическим стратегиям речевого воздействия. Среди тактик построения имиджа нами были выделены такие, как: обозначение проблемы и обозначение решения проблемы, построение имиджа компетентного профессионала и указание на положительные поступки/дела/заслуги.

**Тактика обозначения проблемы** (Tactic of Identifying the Problem) применяется политическими акторами для формирования круга тех вопросов, с которыми определенный политик сталкивается, а также которые ему предстоит решить. Данная тактика в русском языке и американском варианте английского языка оформляется преимущественно с помощью негативных лексем: *Геннадий*

Зюганов: *Уважаемые мои соотечественники // Сейчас главный вопрос это смена курса и формирование новой команды / способной вывести страну / из тяжелейшего кризиса //*

**Тактика обозначения решения проблемы** (Tactic of Identifying the Solution) наряду с тактикой обозначения проблемы применяется политическими акторами с целью представить программную основу, на которой базируется дискуссия. Тактика обозначения решения проблемы в американском варианте английского языка реализуется преимущественно с помощью модальных глаголов *should / ought to / may / need / can*, в русском языке с помощью лексем с модальным значением *нужно, должно, необходимо* и др. В русском языке и американском варианте английского языка основу данной тактики составляют глаголы в форме инфинитива: *Romney: So / the way for us to deal with / Medicare / in particular is to lower health care costs //*

**Тактика построения имиджа компетентного профессионала** (Tactic of Building the Image of Competent Professional) служит формированию имиджа «компетенции» в чем-либо за счет указания на собственные позитивные качества как профессионала (знания, опыт, способности в решении определенных вопросов и т.п.). В русском и английском языках данная тактика предполагает обозначение факта обладания знаниями (здесь высокочастотными являются такие глаголы, как *know, understand / знать, понимать*) или опыта по приобретению компетенций: *Михаил Прохоров: И я / как будущий Президент / обязательно эти изменения им дам // И я знаю / как это сделать //*

**Тактика указания на положительные поступки/дела/заслуги** (Tactic of Indication of Positive Actions) служит прямому обозначению позитивных действий адресанта в прошлом или настоящем, поэтому семантической основой тактики, как правило, являются глаголы в прошедшем или настоящем времени. В абсолютном большинстве случаев при реализации тактики используются личные местоимения (*я / I, мы / we* и их производные). При этом в русскоязычном материале преобладают местоимения множественного (60%), а в англоязычном – единственного (65,87%) числа, то есть указания на поступки, совершенные в составе группы (Мы) и единолично (Я): *Obama: I support charter schools / and pay for performance for teachers // Doesn't make me popular with the teachers union // I support clean coal technology //*

Среди тактик, реализующих **субстратегию формирования эмоционального настроя** (Mood Formation Sub-strategy), нами были выделены **комплимент** (Compliment) и **вежливость** (Politeness). Сами по себе данные тактики не являются вербальным инструментом, способным изменить сознание адресата (его представления, взгляды, суждения), однако в рамках определенной коммуникативной ситуации, а также в совокупности с семантическими стратегиями они способствуют воплощению глобального намерения адресанта.

В американском устном политическом дискурсе **комплимент** преимущественно является формой вежливости или подбадривания и применяется

по отношению к другим участникам ток-шоу (зрителям, ведущему). В российском дискурсе изучаемого типа комплимент в основном служит воплощению различных манипулятивных намерений (получить информацию, усыпить бдительность, выразить насмешку).

Тактика *вежливости*, которая основывается на некатегоричных высказываниях с использованием устойчивых этикетных слов и фраз (thank you, please), вопросительных предложений и сослагательного наклонения, а также модальных слов (could you, would you, may I и др.), в большей степени проявляется в американском политическом дискурсе. Можно отметить, что российский политический дискурс обладает большей категоричностью, о чем свидетельствует преобладание форм повелительного наклонения (собеседник проявляет свою власть в диалоге), что может быть связано с высокой эмоциональностью (экспрессивностью) российской устной политической речи.

Существенное значение в рамках рассматриваемого нами общественно-политического дискуссионного ток-шоу, строящегося на основе разговорной речи, имеет *диалого-структурирующая стратегия* (Dialogue Structuring Strategy), представленная *субстратегиями контроля над темой* (Sub-strategy of Control over Theme) и *контроля над инициативой* (Sub-strategy of Control over Initiative).

Среди тактик, реализующих субстратегию контроля над темой, были выделены такие, как: раскрытие темы и контроль над соответствием теме.

Тактика *раскрытия темы* (Theme Reveal Tactic) представляется одной из самых значимых в реализации основной коммуникативной задачи модератора ток-шоу, она основана на вопросительном блоке ведущего. Фактологический материал позволил установить, что основу тактики раскрытия темы составляют собственно-вопросительные предложения с местоименными вопросительными словами. Доля удостоверительно-вопросительных предложений в англоязычном материале составила 2%, в отличие от русскоязычного ток-шоу, где подобный тип применялся в 23% случаев. Доля предположительно-вопросительных предложений в русскоязычном материале составила 8%, в англоязычном – 2%. Это может быть связано с коммуникативной ролью ведущего изучаемого русскоязычного общественно-политического дискуссионного ток-шоу, которая основана на повышенной эмоциональности и оценочности.

*Контроль над соответствием теме* (Tactic of Control over Correspondence to the Main Topic) выражается в речевых актах просьбы, приказа и призыва с целью вернуть коммуникантов к обсуждаемой теме. При реализации тактики контроля над соответствием теме в русскоязычном ток-шоу применяются в основном побудительные предложения, а в англоязычном – повествовательные. Это может быть связано с соблюдением этикета и норм вежливости. Коммуникативное поведение ведущего рассматриваемого русскоязычного ток-шоу отличается большей категоричностью, эмоциональностью, попыткой выразить личное отношение.

В *субстратегии контроля над инициативой* (Sub-strategy of Control over Initiative) доминирующую позицию в рассматриваемом нами типе дискурса занимает ведущий. Среди тактик, реализующих данную субстратегию, нами выделены распределение и перехватывание инициативы.

*Тактика распределения инициативы* реализуется ведущим ток-шоу в рамках задачи построения диалога. Данная тактика служит распределению коммуникативной инициативы между участниками ток-шоу, которая передается ведущим в зависимости от необходимости перехода к тому или иному этапу в диалоге. В ходе анализа фактологического материала были встречены примеры распределения инициативы, обусловленные: А) необходимостью инициировать высказывание (69% от общего количества примеров в русскоязычном, 74% – в англоязычном материале); Б) необходимостью осуществления контроля над беспорядочным переходом инициативы (17% – в русскоязычном, 2% – в англоязычном материале).

Если тактика распределения инициативы применяется ведущим ток-шоу, то *тактика перехватывания инициативы* может использоваться любым участником коммуникативного события. В 71% русскоязычных и 76% англоязычных примеров адресант согласовывает переход инициативы в диалоге. При этом в большинстве случаев согласования перехода инициативы в обоих изучаемых языках используются вопросительные конструкции, выражающие речевой акт просьбы.

В **Заключении** диссертации сформулированы основные научные результаты исследования:

- уточнена и расширена классификация коммуникативных тактик, реализуемых в общественно-политическом дискуссионном ток-шоу на русском языке и американском варианте английского языка, в частности введены такие тактики, как обозначение виновного (стратегия защиты), аргументы к здравому смыслу, выгоде и безопасности (стратегия аргументативного убеждения), апелляция к патриотизму (стратегия агитации), обозначение проблемы, обозначение решения проблемы, построение имиджа компетентного профессионала, указания на положительные поступки/дела/заслуги (стратегия построения имиджа);

- установлена лексико-синтаксическая и стилистическая специфика вербализации основных и вспомогательных тактик устного политического дискурса в изучаемых языках, которая проявляется в зависимости от используемых политическими акторами тактик;

- выявлены лингвокультурологические особенности функционирования рассматриваемых коммуникативных тактик в российских и американских общественно-политических ток-шоу, которые сводятся к следующим:

- а) в англоязычном ПДТ при реализации тактики указания на положительные поступки/дела/заслуги местоимение *Я* употребляется чаще, чем *Мы*, что свидетельствует об акцентировании внимания на личности самого политика. В

русскоязычном ток-шоу местоимение *Мы* преобладает по сравнению с *Я*, что говорит о высокой степени внимания политических акторов к своей группе (единомышленникам, сподвижникам, членам политической партии, в которую входит политик);

б) в русскоязычном и англоязычном ПДТ выделяются этноментальные особенности, которые сводятся к таким базовым категориям как *выгода*, *безопасность* и *патриотизм*. При этом обращение к данным аксиологическим доминантам в большей степени свойственно американскому политическому социуму;

в) русскоязычные ПДТ ток-шоу характеризуются высокой эмоциональностью, экспрессивностью, спонтанностью высказываний, англоязычный устный политический дискурс, напротив, является прагматичным, сдержанным, выражаемые политическими акторами доводы чаще подкрепляются аргументацией.

**Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:**

*Статьи в рецензируемых журналах, рекомендованных для публикации результатов диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук.*

1. Залегдинова А.Р. Основные стратегии и тактики в общественно-политическом дискуссионном ток-шоу (на материале русского и английского языков) // Журнал «Филология и культура. Philology and Culture». – Казань, Изд-во Казанского университета, 2012. Вып. 29. С. 47 – 50.

*Статьи в аналитических сборниках, научных журналах и материалах конференций.*

2. Залегдинова А.Р. Семантика оценочности в системе политического дискурса на русском и английском языках // Материалы итоговой конференции Казанского государственного университета за 2008 год «Образование и наука». – Казань, 29 января 2009 года. С. 112 – 120.

3. Залегдинова А.Р. Проблемы структурирования жанра ток-шоу (на материале русского и английского языков) // Материалы VI Международной научной конференции «Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах», Том 2. – Челябинск, 2012. С. 59 – 63.

4. Залегдинова А.Р. Коммуникативные тактики насмешки и оскорбления в политическом ток-шоу на русском и английском языках: лингвокультурологический аспект // СЭТС / Социально-экономические и технические системы. Камская государственная инженерно-экономическая академия (ИНЭКА), №2, 2012. Режим доступа: <http://sets.ru/base/62nomer/zalegdinova/1.pdf>.

5. Залегдинова А.Р. Тактики обвинения и разоблачения в устном политическом дискурсе: различие по мотиву применения // СЭТС / Социально-экономические и технические системы. Филиал Казанского (Приволжского) федерального университета в г. Набережные Челны, №1, 2013. Режим доступа: <http://sets.ru/base/63nomer/zalegdinova/1.pdf>.

6. Aigul Zalegdinova. Verbal Tactic of Disclosure in political talk-show in Russian and English languages // Applied Sciences in Europe: tendencies of contemporary development, proceedings of the 1st International scientific conference. ORT Publishing. Stuttgart. 2013. P. 108 – 115.